

📅 16.07.2019

TOURISMUS

Neue Tourismuskonzeption für Baden-Württemberg

Die Landesregierung hat eine neue Tourismuskonzeption für Baden-Württemberg verabschiedet. Sie dient als strategische Grundlage für die Herausforderungen der kommenden Jahre und als Basis für die zukünftige Tourismusförderung des Landes. Wichtig ist dabei ein nachhaltiger, innovativer und qualitativ hochwertiger Tourismus für alle.

Die Landesregierung hat in einem breit angelegten, anderthalbjährigen Beteiligungsprozess gemeinsam mit den privaten und öffentlichen touristischen Akteurinnen und Akteuren, betroffenen Interessensverbänden sowie allen sonstigen Interessierten eine neue Tourismuskonzeption für Baden-Württemberg erarbeitet. Die neue Tourismuskonzeption dient als strategische Grundlage für die branchenspezifischen Herausforderungen der kommenden Jahre und dient als Grundlage für die zukünftige Tourismusförderung des Landes.

Nachhaltiger, innovativer und qualitativ hochwertiger Tourismus

„Die wichtigste Aufgabe der kommenden Jahre wird sein, das zu bewahren und in den Vordergrund zu stellen, was den Tourismus im Land ausmacht: seine international bekannten Destinationen, seine eindrucksvollen Landschaften und die einzigartigen touristischen Besonderheiten. Dabei ist uns

insbesondere ein nachhaltiger, innovativer und qualitativ hochwertiger Tourismus für alle wichtig. Jegliche Handlungsfelder und Maßnahmen, die wir in der Konzeption definiert haben, stehen unter dieser Prämisse“, so Ministerpräsident **Winfried Kretschmann** im Anschluss an die Sitzung des Ministerrats.

Tourismus bedeutender Wirtschaftsfaktor

Tourismusminister **Guido Wolf** sagte: „Mit einem Bruttoumsatzvolumen von über 25 Milliarden Euro sowie rechnerisch rund 390.000 vom Tourismus abhängigen Arbeitsplätzen ist der Tourismus ein bedeutender Wirtschaftsfaktor für das Land.“ In den vergangenen neun Jahren verzeichnete Baden-Württemberg stets steigende Übernachtungs- und Gästezahlen. „Aber dieses erfreuliche Wachstum ist kein Automatismus. Die Branche steht vor großen Herausforderungen: Globalisierung, Digitalisierung, demografischer Wandel, Klimawandel und neue Wünsche der Gäste fordern die Branche heraus. Dafür wollen wir sensibilisieren und gemeinsam mit den Akteurinnen und Akteuren im Land den Tourismus strategisch bestmöglich für die Zukunft aufstellen. Der Tourismus mit allen seinen Einrichtungen und positiven Effekten nutzt nicht nur den Gästen im Urlaub, sondern auch den Baden-Württembergern vor Ort“, betonte Wolf.

Strategische Handlungsfelder

Die Tourismuskonzeption beinhaltet zunächst eine umfassende Analyse des gegenwärtigen Tourismus im Land. In die Analyse einbezogen wurden auch aktuelle Marktforschungsdaten. Auf dieser breiten Basis beschreibt die Tourismuskonzeption acht strategische Handlungsfelder:

1. **Markenlandschaft und zielgruppenorientiertes Themenmarketing**

„Die Angebote im Tourismus sind inzwischen unbegrenzt. Umso wichtiger sind Schaufensterprodukte, die für sich alleine bereits einen Reiseanlass darstellen. Diese ziehen Gäste ins Land, von denen auch andere Regionen und Akteure profitieren“, so Minister Wolf. Zukünftig werden beispielsweise in Produktmarkenbeiräten Kriterien für reiseanlassschaffende Schaufensterprodukte entwickelt und dazugehörige Zielgruppen definiert.

2. **Optimierung der Organisationsstrukturen und Ausschöpfung der Finanzierungsmöglichkeiten**

Durch einerseits Bündelung und andererseits effiziente Aufgabenteilung zwischen den Organisationen soll die Effizienz der Tourismusindustrie gesteigert werden. „Vor allem kann dadurch die Wahrnehmbarkeit erhöht werden“, so der Minister. Die Vergabe der bisherigen und gegebenenfalls zusätzlichen Marketingmittel für regionale Destinationsmanagementorganisationen soll im Hinblick auf eine schrittweise Überführung der Basisfinanzierung in eine rein Kriterien gebundene Vergabe überprüft und gegebenenfalls angepasst werden.

3. **Förderung des Tourismusbewusstseins**

„Wir möchten das Tourismusbewusstsein nicht nur bei den touristischen Akteurinnen und Akteuren, den Betrieben und den Beschäftigten, sondern auch bei der Bevölkerung im Land fördern“, so Minister Wolf. Dafür sollen die Vorteile der Tourismuseinrichtungen, wie beispielsweise deren ganzjährige Nutzbarkeit, deutlich gemacht und Einheimische bei der Planung

von Tourismusprojekten frühzeitig eingebunden werden.

4. **Stärkung des Gastgewerbes**

Das Gastgewerbe als essenzielle Säule des Tourismusangebots soll in seiner Wettbewerbsfähigkeit unterstützt und zu Investitionen angeregt werden. „Wir haben es uns daher zu Aufgabe gemacht, die Rahmenbedingungen zu prüfen, umzusetzen und, soweit möglich, die Förderinstrumentarien anzupassen“, betonte der Minister.

5. **Strategische Weiterentwicklung der Freizeit- und Tourismusinfrastruktur**

Die weitere Infrastrukturentwicklung setze zukünftig bewusst Schwerpunkte auf zentrale strategische Themen, wie Saisonverlängerung, Anpassung an den Klimawandel sowie die Verbesserung der Mobilität und der digitalen Infrastruktur.

6. **Digitalisierung – Anpassung an den Wandel**

„Wir möchten gemeinsame touristische Daten der Tourismusbranche im Sinne von Open Data aufbereiten und verfügbar machen“, so Wolf. „Damit macht sich Baden-Württemberg zum Vorreiter auf diesem Gebiet.“ Auch die Themenfelder Datenschutz und Informationssicherheit sollen verstärkt berücksichtigt werden.

7. **Grundprinzipien für alle Handlungsfelder: Qualität, Nachhaltigkeit und Einstellung auf den Klimawandel, Tourismus für Alle und Innovationen im Tourismus**

Der Tourismuskonzeption liegen die vier Grundprinzipien Qualität, Nachhaltigkeit, Tourismus für Alle und die Förderung des Innovationsgedanken zugrunde. Die bestehenden und neuen Förderinstrumente werden daher auf umwelt- und ressourcenschonende Maßnahmen hin überprüft und gegebenenfalls angepasst.

8. **Begleitendes Umsetzungsmanagement als Erfolgsgarant**

Um die Tourismuskonzeption umzusetzen, wird ein Umsetzungsmanagement beim zuständigen Ministerium eingerichtet. Die Kommunikation der Tourismuskonzeption, die Stärkung des Tourismusbewusstseins und die Koordinierung und Bündelung der verschiedenen beteiligten Gruppen zählen ebenso zum Tätigkeitspektrum wie die Aufgabe, Themen zu identifizieren, die bislang nicht im Fokus standen.

„Bei der Erarbeitung der Tourismuskonzeption haben wir Beteiligung großgeschrieben. Der Prozess ist – auch mit Blick auf andere Bundesländer – sicher beispiellos“, so Ministerpräsident Winfried Kretschmann. „Bereits die Erarbeitung der Tourismuskonzeption als Prozess des ständigen Austausches hat viel dazu beigetragen, den Tourismus im Land weiterzuentwickeln“, stellte der Tourismusminister fest. Diese Dynamik müsse in die nun anstehende Umsetzungsphase mitgenommen werden, um die gemeinsam erarbeiteten Maßnahmen in den jeweiligen Handlungsfeldern anzugehen.

Erarbeitung der Tourismuskonzeption

Für den Erarbeitungsprozess der Tourismuskonzeption wurden zu Beginn des Jahres 2018 unter Federführung des Ministeriums der Justiz und für Europa zwei Steuerungsgremien und eine Dialogplattform eingerichtet: In der Projektgruppe Tourismuskonzeption wirkten unter Vorsitz von Tourismusminister Guido Wolf insbesondere die wichtigsten Akteurinnen und Akteure der öffentlichen

und privaten Tourismusbranche, die touristischen Interessensverbände (DEHOGA, IHK, Heilbäderverband, Campingverband, Arbeitsgemeinschaft Urlaub auf dem Bauernhof, Gemeinde-, Städte- und Landkreistag), die Tourismusmarketingorganisationen auf Landesebene und regionaler Ebene (Tourismus Marketing GmbH Baden-Württemberg, Schwarzwald, Bodensee, Oberschwaben/Württembergisches Allgäu, Schwäbische Alb, Nördliches Baden-Württemberg, Region Stuttgart) sowie die Großschutzgebiete des Landes mit.

In das Ressortgremium Tourismuskonzeption waren aufgrund der vielfältigen Berührungspunkte zum Querschnittsthema Tourismus alle Ressorts eingebunden. Zudem stand allen Interessierten im Land auf dem Tourismusnetzwerk Baden-Württemberg eine Dialogplattform zur Verfügung, um sich aktiv in die Erarbeitung der Landestourismuskonzeption einzubringen.

Weitere Tourismusförderung des Landes

Baden-Württemberg unterstützt touristische Infrastrukturprojekte in den Kommunen mit einem Tourismusedinfrastrukturprogramm. Mit der 2017 von fünf auf sieben Millionen Euro erhöhten jährlichen Fördersumme des Programms werden in diesem Jahr mehr als 30 kommunale Projekte gefördert. Insgesamt werden damit Investitionen in Höhe von mehr als 25 Millionen Euro angestoßen.

Darüber hinaus unterstützt das Land das touristische Marketing der Tourismus Marketing Baden-Württemberg GmbH und der regionalen Tourismusorganisationen sowie das landesweite Marketing der Heilbäder und Kurorte Baden-Württemberg GmbH mit insgesamt 4,5 Millionen Euro pro Jahr. Die landeseigene Tourismus Marketing GmbH Baden-Württemberg organisiert und koordiniert das Marketing für das Urlaubsland Baden-Württemberg.

[Tourismus Marketing Baden-Württemberg](#)

[Schmeck den Süden](#)

[Ministerium der Justiz und für Europa: Tourismuskonzeption](#)

[Tourismuskonzeption Baden-Württemberg](#)